***ESTUDIO DEL MERCADO:***

1. **Entorno tecnológico:** para este sector, el entorno tecnológico no es importante.
2. **Entorno institucional o legal:** Para nuestra empresa, al ofrecer el servicio de guardería necesitamos una serie de permisos que podemos conseguir acudiendo al ayuntamiento.
3. **Entorno demográfico:** Actualmente el Áctur es un barrio en pleno proceso de expansión lo que contribuye al desarrollo demográfica de la misma. Se ha incrementado su población debido a factores como la construcción de viviendas o las mejoras en la calidad de vida en esa zona.
4. **Entorno económico:** Nuestro país está sufriendo un cambio político tras ganar los socialistas las elecciones lo que ocasionará en un futuro cercano cambios económicos por lo que habrá que prestar atención a lo que pueda pasar. De momento estamos en un periodo de estabilidad económica con bajada del paro y sin crisis económica fuerte.
5. **Entorno competitivo:** en la zona donde nos encontramos hay mucha competencia ya que tanto Imaginarium como Hipercor son marcas ya consagradas por lo que nos costará mucho introducirnos en el mercado.

***ANÁLISIS DEL MERCADO***

* **COMPETIDORES:**

1. **¿Existen otras empresas que ofrezcan los mismos productos/servicios o sustitutivos, que incidan o puedan incidir en nuestra actividad?¿Dónde están ubicadas?**

Si que existen otras empresas que satisfacen la misma necesidad (la de proveer juguetes a los niños) que nuestra empresa pero para diferenciarnos de estás ofrecemos otros servicios como el de guardería. Estas jugueterías están ubicadas en Zaragoza pero la que nos deberían importar son las que están situadas en nuestro mismo centro comercial. En este caso serían Imaginarium e incluso el mismo centro comercial (Hipercor) ya que también ofrece a sus clientes juguetes entre otros productos.

1. **Características de nuestros competidores:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **EMPRESA** | **PRECIOS** | **DISTRIBUCIÓN** | **PROMOCIÓN** | **ATENCIÓN AL CLIENTE** | **CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO** |
| Imaginarium | depende del juguete que se venda | Pedido por internet y telefónico  Venta personal | Propaganda, internet, anuncios en periódicos, actividades para los pequeños... | 365 días al año en horario comercial (9 a 22h) | Calidad Seguridad Creatividad Contenido formativo Juguetes no violentos |
| Hipercor (Tiendas El Corte Inglés) | depende del juguete que se venda | Envío a domicilio  Pedido telefónico  Venta personal | Propaganda, anuncios en televisión, internet... | 365 días al año en hora comercial (9 a 22h) | Calidad  Ofrece todo tipo de juguetes |

* **CLIENTES**

1. ***ÁREA GEOGRÁFICA:*** El área geográfica que se pretende cubrir es el barrio del Áctur en Zaragoza pero al situarnos en un centro comercial también cubriremos barrios de la periferia. Hemos seleccionado está área ya que este barrio se está desarrollando con la llegada de gente joven con hijos lo que beneficia a la actividad de nuestra empresa. Las características de esta población es que esta compuesta en su mayoría de parejas jóvenes trabajadoras (trabajan los dos) con hijos pequeños que al no poder atender pueden dejarlos en nuestra guardería y comprar juguetes para ellos. Además se puede cubrir un área geográfica amplia al estar situados en un centro comercial porque atrae gran cantidad de clientes. El mercado del juguete se caracteriza en una venta de juguetes moderada a lo largo del año menos en la época de Navidad donde se producirá la mayor parte de las ventas de todo el ejercicio.
2. ***NUESTROS CLIENTES. ENCUESTA:*** Nuestros futuros clientes son los niños y sus padres. Para obtener información sobre ellos hemos realizado una encuesta telefónica ya que tiene un coste bajo donde las preguntas son cerradas ya que el cliente debe contestar la más conveniente de las opciones que le damos aunque hay preguntas abiertas en las que el entrevistado diga la respuesta con plena libertad (pero hay un número reducido de estas preguntas). El cuestionario consta de 10 preguntas divididas en tres apartados sobre datos de su familia, cuestiones sobre juguetes y guarderías.

***CUESTIONARIO:***

* **¿Cuántos hijos tiene?**

A) Menos de 2 o ningún hijo B) Entre 2 y 4 hijos C) Más de 4 hijos

* **En caso afirmativo, ¿cuántos años tienen?**
* **¿Cuál es la situación laboral de su familia?**

A) Padre trabajador B) Madre trabajadora C) Ambos padres trabajan

* **¿Cuáles son sus ingresos anuales?**

A) Menos de 7500€ anuales B) Entre 7500 y20000€ C) Más de 20000€ D) Ns/Nc

* **¿Qué tipo de juguetes les gusta jugar a sus hijos?**
* **¿Qué tipo de juguetes prefiere para sus hijos?**

A) Muñecos y peluches B) Videojuegos C) Puzzles y rompecabezas D) Otros

* **¿Qué tipo de juegos prefiere para sus hijos?**

A) Educativos B) Lógica C) Estrategia D) Otros

* **Cuando está realizando sus compras en un centro comercial prefiere:**

A) Llevarse a sus hijos consigo mientras las realiza

B) Dejarlos en una guardería o en un sitio de recreo.

C) Ns/Nc

* **¿Confía en dejar a sus hijos en una guardería cuando no tiene tiempo de ocuparse de ellos?**

A) Sí B) No C) Ns/Nc

* **¿Qué tipo de actividades le gustaría que realizase sus hijos en nuestra guardería?**

3. ***SEGMENTACIÓN:***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Criterios de Segmentación** | **GENERALES** | **ESPECÍFICOS** |
| **OBJETIVOS** | * Demográficos * Geográficos * Socioeconómicos | * Grado de consumo * Tipo de compra * Grado de lealtad * Lugar de compra |
| **SUBJETIVOS** | * Personalidad * Estilos de vida | * Ventajas o beneficios buscados * Actitudes, percepciones y preferencias |

**SEGMENTACIÓN OBJETIVA**:

GENERALES: Según las *variables demográficas* tendríamos que utilizar los criterios de edad porque nuestros productos y servicios van dirigidos sobre todo a los niños y el tamaño de la familia. En cuanto a las *variables geográficas* habrá que desarrollar nuestra actividad en aquellas zonas de Zaragoza donde predomine gente joven y trabajadora y donde haya un cierto desarrollo económico y según las *variables socioeconómicas* tendríamos que dar importancia al nivel de renta de las familias ya que si tienen mucha renta tienen dinero para comprar juguetes y si no tienen no los comprarán.

ESPECÍFICAS: nos convendría utilizar el grado de consumo (a mayor consumo más beneficio) y el grado de lealtad ya que si conseguimos que nuestros clientes nos sean fieles conseguiremos el buen funcionamiento de la empresa y que consigamos hacerle frente a la competencia.

**SEGMENTACIÓN SUBJETIVA:**

GENERALES: según el estilo de vida, nuestra empresa va dirigida al entorno familiar mientras que la personalidad sería básicamente lo mismo.

ESPECÍFICAS: buscaremos un mercado donde podamos lograr el máximo beneficio económico posible.

En cuanto a la elección de la estrategia a utilizar sobre las características de los segmentos optaríamos por una **estrategia indiferenciada** ya que nuestros productos y servicios van dirigidos a unos clientes (niños y padres) que tienen características comunes y podemos utilizar la misma estrategia por lo que no hay que adaptar las necesidades de cada cliente a cada uno de los segmentos objetivos. Las ventajas de esta estrategia son de coste y el desarrollo de un único marketing-mix pero tiene el inconveniente de que las necesidades de los consumidores no se pueden satisfacer adecuadamente.

**PLAN DE MARKETING**

* **PRODUCTO/SERVICIO**

1. DEFINICIÓN: principalmente, nuestra empresa se encarga de la venta de juguetes y de satisfacer las necesidades de guardería que los clientes puedan necesitar.
2. NECESIDAD QUE CUBRE: la principal necesidad que cubre es la prestación de juguetes para que los niños aprendan y se desarrollen mejor además del servicio de guardería anteriormente nombrado.
3. NOVEDAD Y VENTAJAS COMPARATIVAS: nuestra empresa trata de diferenciarse de las demás jugueterías de la zona ofreciendo nuevos servicios. Si vemos que en el futuro van bien las cosas implantaremos otros servicios como la venta de libros para los niños además de otros productos.
4. COMPLEMENTARIOS: de momento no hemos encontrado ninguna empresa en el que sus productos se complementen con los nuestros.
5. NOMBRE Y LOGOTIPO: ofrecemos productos diversos de conocidas marcas de juguetes por lo que no hace falta ningún nombre o logotipo para ellos. La empresa tendrá un logotipo para que nuestros clientes nos identifiquen mejor y podamos llegar a ser una marca conocida en el futuro.

* **PRECIO**

1. POLÍTICA DE PRECIO: al principio de nuestra actividad ofreceremos precios bajos para poder ganar cuota de mercado para que dentro de un tiempo determinado (cuando nuestra marca sea conocida) los igualemos con los de la competencia. Los precios los fijaremos un poco más bajos que la competencia mientras que el precio del servicio de guardería estará comprendido entre los 6 y 10 € la hora.
2. INCENTIVOS: 0freceremos a nuestros clientes descuentos del 5% y del 10% por compras superiores a 35€. Además repartiremos propaganda en donde ofreceremos cupones de descuento en todos de nuestros productos.. También hemos pensado en aumentar los precios levemente en la época de navidad pero los bajaremos tras estas fechas y en verano.

* **COMUNICACIÓN**

1. PROMOCIÓN: hemos pensado que en cuanto recibamos las últimas novedades en juguetes hacer promociones e incluso en hacer en la tienda actividades para los más pequeños. Además por compras superiores a 30€ ofreceremos un pequeño obsequio como llaveros o peluches pequeños. En el futuro, si la empresa va bien, emitiremos carnés donde nuestros clientes puedan conseguir ventajas y descuentos. También nos anunciaremos en otros medios publicitarios como e elas páginas amarillas y mediante la compra de una valla publicitaria en el futuro.
2. RELACIONES PÚBLICAS: si la empresa va bien también podríamos empezar a patrocinar eventos y actividades infantiles en Zaragoza. Las realizaremos sin coste, es decir, fomentaremos la realización de presentaciones de nuevos productos, ruedas de prensa, etc.
3. PUBLICIDAD: hemos elaborado un [anuncio](http://www.crearempresas.com/proyectosalumnos04/biwis/empresa7/comercial/anuncio.bmp) para la prensa en la que anunciamos nuestra próxima inauguración. Utilizaremos también los servicios de una empresa de buzoneo para que se dedique a la distribución de la propaganda de nuestra tienda y los costes serían aproximadamente entre 400 y 500€.

* **CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA**

Nuestros productos van a ser vendidos en la tienda de la empresa por lo que la distribución se caracteriza por la venta cara a cara con el cliente: no hay ningún distribuidor intermedio y lo más seguro es que de momento no contratemos a ningún agente comercial.

***PUNTO MUERTO***

**Ingresos** 250000

**CF** 70000

**Cvu** 30

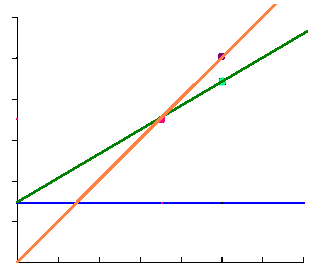
**Punto muerto** 3500 175000

**Coste total** 5000 220000

**Precio medio** 50€

**Cantidad** 5000 unidades físicas

**Costes** 220000

****